

Bisnis *distro* di Yogyakarta berkembang semakin pesat sejak di prakarsai oleh *Slackers* pada tahun 2000. *Slackers* berdiri karena adanya fenomena yang ditangkap oleh *owner Slackers* Diana Ahmad sebagai peluang bisnis, diantaranya ialah menjamurnya *band-band indie* serta banyak komunitas berkumpul di kota Yogyakarta mengakibatkan permintaan serta perkembangan akan *fashion* menjadi faktor ekonomi yang sangat diperhitungkan pada saat itu. *Slackers* adalah *distro* tertua di Yogyakarta memiliki tujuan untuk terus mengembangkan usahannya dan meningkatkan tingkat penjualan produknya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji tentang bagaimana strategi komunikasi pemasaran *Slackers* dari perencanaan, pelaksanaan serta evaluasi dan untuk mengetahui faktor penghambat dan pendorong terlaksananya strategi komunikasi pemasaran *Slackers Company* untuk kemudian dapat mengetahui peningkatan penjualan dari kegiatan strategi komunikasi yang dilakukan. Untuk metode yang digunakan, penulis menggunakan metode deskriptif, pengumpulan data diperoleh dari hasil wawancara, observasi serta dokumen internal dan eksternal perusahaan. Dari hasil penelitian, diperoleh bahwa strategi komunikasi promosi penjualan, *public relations*, periklanan, personal selling dan *online marketing* memiliki peran besar dalam berkembangnya usaha *distro Slackers* ini. Namun tiga hal mendasar ialah peran dari promosi penjualan, *public relations* dan *online marketing* yang memiliki porsi besar dalam strategi komunikasi yang diterapkan dan dilaksanakan oleh *Slackers Company*. Kegiatan *community relations*, Pameran, serta aktivitas jual beli online merupakan aktivitas kegiatan strategi komunikasi pemasaran yang telah digunakan dan berhasil dalam pencapaiannya. Strategi *community relations* membuat *Slackers* memiliki pasar yang besar dengan banyaknya komunitas yang ikut ambil bagian dalam kegiatan komunitas yang dilakukan *Slackers*. Sehingga strategi yang digunakan *Slackers Clothing company* sangat efektif guna memperluas pasar serta dapat meningkatkan penjualan dari tahun ke tahun sesuai dengan target yang ingin dicapai.